

SKRIPSI

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENYALAHGUNAAN UNDIAN BERHADIAH OLEH PELAKU USAHA ELEKTRONIK PADA PUSAT PERBELANJAAN



OLEH
FERDY MAPANTAU
B111 07 299

BAGIAN HUKUM KEPERDATAAN
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2013

PERSETUJUAN MENEMPUH UJIAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa mahasiswa :

Nama : **Ferdy Mapantau**

No. Pokok : **B 111 07 299**

Program : **Ilmu Hukum**

Bagian : **Hukum Keperdataan**

Judul : **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP
PENYALAHGUNAAN UNDIAH BERHADIAH OLEH
PELAKU USAHA ELEKTRONIK PADA PUSAT
PERBELANJAAN**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam ujian skripsi
sebagai ujian akhir program studi.

Makassar, July 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr.Nurfaidah Said, S.H.,M.H.,M.Si

NIP. 19600621 198604 2 001

Sakka Pati.,S.H.,M.H

NIP.19710211 200604 2 001

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus yang Maha Kasih dan Maha Baik karena berkat penyertaan dan pertolonganNya-lah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam proses penulisan skripsi sejak tahap awal yakni pengajuan judul hingga seminar proposal dan dilanjutkan dengan penelitian serta penyusunan akhir yang meskipun memakan waktu agak lama, tapi akhirnya bisa selesai dengan baik. Tidak dapat dipungkiri begitu banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik materil maupun moril serta doa bagi penulis. Untuk itu, izinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih dari lubuk hati yang terdalam kepada :

1. Bapak **Prof. DR. Idrus A. Paturusi Sp.Bo**, selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
2. Bapak **Prof. Dr. Aswanto, S.H., M.H.,DFM** selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin.
3. Bapak **Prof. Dr. Ir. Abrar, S.H.,M.H.** selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, **Bapak Dr. Anshory Ilyas, S.H.,M.H.** selaku Wakil Dekan II Bidang Perlengkapan dan Keuangan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin dan **Bapak Romi Librayanto, S.H.,M.H.** selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin.
4. Ibu **Dr. Nurfaidah Said, S.H.,M.Si** selaku pembimbing I dan Ibu **Sakka Patti S.H.,M.H** selaku pembimbing II yang dengan sabar telah mencurahkan tenaga, waktu, dan pikiran dalam mengarahkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu **Prof. Badriyah Rifai, S.H.,M.H.**, Ibu **Prof. Dr.Nurhayati Abbas, S.H.,M.H.**, serta Ibu **Marwah S.H.,M.H.**, selaku tim penguji yang telah meluangkan waktunya dan memberikan saran, kritik, dan nasihat kepada penulis guna kesempurnaan skripsi ini.

6. Bapak **Prof. Dr. Anwar Borahima, S.H.,M.H.** selaku ketua bagian Hukum Perdata, beserta seluruh dosen Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin yang telah mengajarkan ilmunya selama ini menjalani proses perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan studi.
7. Bapak **Muhammad Basri, S.H.,M.H.**, selaku Penasihat Akademik yang selalu membimbing dan memberi masukan pada saat pengisian KRS.
8. Bapak dan Ibu yang penulis cintai , **Tius Mapantau dan Ame**, atas kasih, kesabaran, kerja keras dan air mata yang diberikan demi membahagiakan penulis yang tentunya tidak dapat digantikan oleh materi apapun. Semangat untuk tidak **“down”** dalam kondisi apapun dan doa kalian berdua adalah kekuatan penulis. ***“I don’t have any treasure in this world except a great Dad and Mom”***.
9. Saudari penulis **Ani Mapantau, S.E** yang selama ini memberi dukungan dan motivasi serta doa bagi penulis.
10. **Ibu Rosmiaty, S.H.,M.H** selaku DPL atas bimbingannya sewaktu KKN Profesi 2011 di Kejari Makassar. Tidak lupa juga untuk teman-teman KKN, **Didik Kardy, Ramen, Upik**, atas kerja sama dan keceriaan di Kejari Makassar dan Posko selama kurang lebih dua bulan.
11. Seluruh staf administrasi dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Hsanuddin yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis selama masa studi hingga selesainya skripsi ini.
12. **Pihak Dinas Sosial Prov Sul-Sel, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, Yayasan Lembaga Konsumen Sulawesi Selatan, pelaku usaha Inextron Kak Michael**, atas informasi, waktu dan bantuan yang diberikan selama penulis melaksanakan penelitian.
13. Sahabat-sahabat terbaikku selama berada di Fakultas Hukum Unhas ini, **Dika, Doni, Barry** atas segala bantuan, perhatian dan

apapun yang terlewati akan selalu menjadi kenangan yang tak terlupa.

14. Teman-teman terbaikku : **Dina, Edy, Eqhy, Fira, Retna, Piwi, Harits, Ika, Nining, Imink, Uchi, Yaya'Waode, Arien, Dhija, Yuli, Rini, Armi, Diyah, Lia, Veby, Resky, Nana, Wari, Syitha, Upik, Rico, Juanda, Tinus, Wawan, Aslan, Ato, Wahyu, Daly, Hamka, Exan, Echa, Rengga, Denis, Rian, Elhu, Aswin, Boy, Rahman, Ardi, Dito, Didik, Rama dalam HEAVEN GATE COMMUNITY (HGC)**, yang telah menghiasi hari-hari penulis di gazebo dengan canda tawa dan kenangan yang tidak akan terlupakan.
15. Saudara-saudariku di pintu angin, PMK UNHAS yang paling penulis kasihi, atas cinta , kekompakkan, persaudaraan, canda tawa, pelayanan, air mata, dukungan dan kenangan yang takkan pernah penulis lupakan di bawah pohon. Khususnya **Filina 07, Fanny 07, Rio 07, Secil 07, Yuwin 07, Anggie 07, Lia 07, Ika 07, Jessi 07, Marlyin 07, Aiz 07, Raymond 07, Cristo 07, Pius 07, Vian 07, Devyta 07, Kak Tian 06, Kak Stefy 06, Kak Yuli 06, Kak Yudy 05, Kak Sonny 05, Kak Olan 06** dan segenap kakak adik yang tak bisa disebutkan satu per satu. Tuhan memberkati kalian semua.
16. Teman-teman seangkatan **EKSTRADISI 2007** yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu. Terima kasih atas dukungan dan motivasinya kepada penulis.
17. Teman-teman masa lalu SLTP Ujung Pandang dan SMA Kristen Makassar penulis, **Edy, Vittor, Otto, Hendry, Harry, Resti, Gusti, Maya, Meiliana, Gaby**, serta teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih kalian pernah menjadi teman terbaik di saat kita mengarungi masa-masa remaja itu.

Terakhir, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu dengan penuh kerendahan hati, penulis terbuka

menerima saran dan kritik yang membangun guna penyempurnaan dalam penyajiannya dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Makassar, Agustus 2013

Penulis

ABSTRAK

**FERDY MAPANTAU (B 111 07 299) “PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENYALAHGUNAAN UNDIAN BERHADIAH OLEH PELAKU USAHA ELEKTRONIK PADA PUSAT PERBELANJAAN”.
Dibimbing oleh Nurfaidah Said dan Sakka Patti.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan konsumen terhadap penyalahgunaan undian berhadiah oleh pelaku usaha elektronik pada pusat perbelanjaan. Seluruh data yang akan diperoleh dari hasil penelitian, baik data primer dan data sekunder, dianalisis dengan teknik analisis kualitatif untuk selanjutnya dideskripsikan dengan menelaah permasalahan yang ada, menggambarkan, menguraikan, hingga menjelaskan permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan penelitian ini.

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Sosial Prov Sul-Sel, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Yayasan Lembaga Konsumen (YLK) Sulawesi Selatan dan pelaku usaha Inextron.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen terhadap penyalahgunaan undian berhadiah oleh pelaku usaha elektronik di pusat perbelanjaan belum maksimal. Peran pemerintah yang berwujud pengawasan, belum dapat menjamin semua itu, sebab masih dengan mudahnya menjumpai pelaku usaha elektronik yang menyalahgunakan undian berhadiah.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Yang paling diperhatikan saat berkunjung ke mall.....	56
Tabel 2. Ditawari kupon undian berhadiah pada saat berada di pusat perbelanjaan.....	57
Tabel 3. Saat banyak terjadi promosi kupon undian berhadiah.....	58
Tabel 4. Mengetahui/tidak mengetahui tentang Inextron.....	59
Tabel 5. Yang memberi tahu tentang Inextron.....	59
Tabel 6. Mendapatkan kupon Undian Berhadiah oleh Inextron.....	60
Tabel 7. Alasan Inextron memberikan kupon undian.....	61
Tabel 8. Pernah atau tidak pernah mendapatkan kupon undian yang melewati batas pengundian tidak diundi.....	62
Tabel 9. Tindakan konsumen kepada Yayasan Lembaga Konsumen di Kota Makassar.....	68

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Umum Hukum Perlindungan Konsumen.....	7
1. Pengertian perlindungan konsumen.....	7
2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	9
3. Konsumen	13
3.1 Pengertian Konsumen.....	13
3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen.....	17
3.3 Tanggung Jawab Konsumen.....	24
4. Pelaku Usaha.....	25
4.1 Pengertian Pelaku Usaha.....	25
4.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	26
4.3 Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	31

5. Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha dengan Konsumen.....	35
B. Tugas dan Fungsi Dinas Sosial.....	37
C. Undian Berhadiah.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
A. Lokasi Penelitian.....	44
B. Jenis dan sumber data.....	45
C. Teknik pengumpulan data.....	46
D. Analisis data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Peran Dinas Sosial terhadap Penyebaran Undian Berhadiah..	48
B. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Penyalahgunaan Undian Berhadiah Oleh Pelaku Usaha Elektronik Pada Pusat Perbelanjaan.....	52
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	xi

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Setiap manusia pasti menginginkan untuk memenuhi semua kebutuhan hidupnya seakan tidak ada habisnya, selalu saja ada kebutuhan yang ingin dipenuhinya. Beragam cara dilakukan untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan tersebut. Tidak ada satupun manusia yang dapat memenuhi kebutuhannya sendiri tanpa bantuan orang lain. Segala hal yang dibutuhkan oleh seseorang harus didapatkan dari orang lain.

Hal itu berlaku dari pemenuhan kebutuhan pangan, sandang dan papan. Keadaan ini menciptakan kesempatan bagi manusia untuk melakukan transaksi perdagangan dengan manusia lain. Dengan adanya transaksi perdagangan maka kebutuhan setiap manusia dapat terpenuhi secara lebih mudah. Lebih mudah bila dibandingkan dengan keadaan apabila manusia harus memenuhi kebutuhannya sendiri.

Kondisi demikian pada satu sisi mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen, setelah itu terjadi proses tawar-menawar dan terjadi transaksi perdagangan.

Dengan adanya transaksi perdagangan maka antar pelaku usaha saling bersaing untuk mendapatkan keuntungan. Salah satu cara yang digunakan oleh pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan dengan cara menggunakan undian. Akan tetapi, beberapa pelaku usaha menyalahgunakan undian berhadiah untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar sehingga mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Hal ini, disebabkan karena ketidaktahuan serta ketidakberdayaan konsumen dimanfaatkan oleh sebagian pelaku usaha sebagai cara untuk mendapatkan keuntungan tanpa memperhatikan konsumen padahal salah satu hak konsumen adalah untuk mendapatkan produk yang kualitas dan kuantitasnya sesuai dengan yang telah diperjanjikan oleh pelaku usaha, termasuk hadiah apabila pelaku usaha menawarkan hadiah bagi konsumen yang membeli produknya.

Sebelum membahas mengenai penyalahgunaan undian berhadiah, terlebih dahulu akan diuraikan mengenai pengertian undian berhadiah. Undian dapat diartikan sebagai suatu cara untuk menentukan pemenang secara acak. Jadi undian berhadiah dimaksudkan sebagai cara pemberian hadiah yang dilakukan secara acak. (<http://www.pengertian-undian-berhadiah>).

Pada saat ini banyak cara digunakan pelaku usaha untuk menarik konsumen misalnya, dengan menawarkan produk disertai undian berhadiah. Pelaku usaha menawarkan produk dan menjanjikan konsumen akan diberi hadiah dengan cara diundi. Konsumen diminta untuk membeli

suatu produk dimana dengan pembelian tersebut ia berkesempatan untuk mendapatkan hadiah. Setelah konsumen membeli produk tersebut dan memenuhi persyaratan yang diminta oleh pelaku usaha maka konsumen berhak untuk mengikuti proses penarikan undian berhadiah sesuai dengan batas waktu yang dijanjikan oleh pelaku usaha akan tetapi setelah lewat batas waktu, proses penarikan undian berhadiah tersebut tidak dilaksanakan oleh pelaku usaha. Kasus seperti ini banyak ditemukan di pusat perbelanjaan. Salah satunya berdasarkan pengalaman penulis ketika berada di salah satu pusat perbelanjaan di Makassar. Pada saat itu, penulis ditawarkan brosur undian berhadiah berupa mobil dengan membeli barang elektronik, maka penulis tertarik untuk mengikuti semua proses yang diminta oleh pelaku usaha dengan membeli salah satu barang elektronik dan mendapatkan kupon undian berhadiah berupa mobil yang akan diundi pada waktu tertentu. Namun, setelah melewati batas waktu yang ditentukan, tidak dilaksanakan pengundian kupon undian berhadiah.

Dalam kasus ini pelaku usaha memberikan informasi yang tidak benar kepada konsumen dan tentunya melanggar Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disingkat UUPK Pasal 13 angka 1 yaitu :

“Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya”

Dan pada Pasal 14 UUPK yaitu :

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk :

- a. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah melewati batas waktu yang dijanjikan;
- b. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- c. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. Menganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan

Pemerintah sebagai pihak yang mempunyai otoritas untuk membuat aturan dan memberikan sanksi terhadap pihak-pihak yang melakukan pelanggaran, tentunya dalam kasus ini sangat diperlukan sebuah aturan dan upaya dari pemerintah untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan undian berhadiah dari pelaku usaha. Dengan kebijakan yang baik dan pengawasan yang maksimal tentunya kasus ini dapat diminimalisir

Berkenaan dengan hal diatas, penulis tertarik untuk membahas perlindungan konsumen terhadap penyalahgunaan undian berhadiah oleh pelaku usaha barang elektronik pada pusat perbelanjaan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah :

1. Bagaimana peran Dinas Sosial terhadap penyebaran kupon undian berhadiah?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penyalahgunaan undian berhadiah yang dilakukan oleh pelaku usaha barang elektronik di pusat perbelanjaan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui peran Dinas Sosial terhadap penyebaran kupon undian berhadiah
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penyalahgunaan undian berhadiah yang dilakukan oleh pelaku usaha barang elektronik.

2.Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan layanan terhadap konsumen. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi penyempurnaan perangkat ketentuan perlindungan konsumen di Indonesia
- b. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada konsumen agar berhati-hati melakukan transaksi keuangan kepada pelaku usaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Hukum Perlindungan Konsumen

1). Pengertian Perlindungan Konsumen

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut UUPK pada Pasal 1 angka disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah untuk memberikan kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen dalam memperoleh atau menentukan pilihan atas barang dan/atau jasa yang dibutuhkan serta mempertahankan atau membela hak-haknya bila dirugikan oleh pelaku usaha, penyedia kebutuhan konsumen.

Definisi perlindungan konsumen pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan kesewenang-wenangan yang merugikan pelaku usaha hanya demi kepentingan perlindungan konsumen. Meskipun disebut Undang-Undang Perlindungan

Konsumen namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak ikut menjadi perhatian, teristimewa karena keberadaan perekonomian nasional banyak ditentukan oleh para pelaku usaha. (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 :1)

Dari definisi perlindungan konsumen dalam UUPK kemudian muncul kerangka tentang sendi-sendi pokok pengaturan perlindungan konsumen yang dijabarkan sebagai berikut : (Happy Susanto, 2008 : 5)

- a. Kesederajatan antara konsumen dan pelaku usaha;
- b. Konsumen mempunyai hak;
- c. Pelaku usaha mempunyai kewajiban;
- d. Pengaturan tentang perlindungan konsumen berkontribusi pada pembangunan nasional;
- e. Perlindungan konsumen dalam iklim bisnis yang sehat;
- f. Keterbukaan dalam promosi barang atau jasa;
- g. Masyarakat juga berperan aktif;
- h. Perlindungan konsumen memerlukan terobosan hukum dalam berbagai bidang;
- i. Konsep perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap;

Bagi pemerintah Indonesia, upaya perlindungan konsumen terhadap konsumen antara lain dimaksudkan untuk meletakkan prinsip-prinsip (Dedi Hariyanto, 2010 : 10) :

- 1) Konsumen pada dasarnya adalah pemakai, pengguna atau pemanfaat barang dan/atau jasa yang perlu diberikan perlindungan hukum;
- 2) Konsumen merupakan pihak yang sangat menentukan kelangsungan dan pertumbuhan usaha, serta memiliki kedudukan setara dengan pelaku usaha;
- 3) Konsumen perlu dibayarkan potensinya, mengingat selama ini, konsumen pada umumnya kurang mengerti atau kurang waspada sehingga mudah tergiur oleh upaya pemasaran yang menarik tanpa atau kurang memahami mutu hasil produk yang ditawarkan.

2). Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pasal 2 menyebutkan bahwa “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”.

Asas tersebut diselenggarakan sebagai usaha yang relevan dalam pembangunan nasional, dengan penjelasan sebagai berikut :

- a. Asas manfaat; dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;

- b. Asas keadilan; dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya;
- c. Asas keseimbangan; dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materil dan spiritual;
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen; dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;
- e. Asas kepastian hukum; dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 : 28).

Bila diperhatikan substansinya, maka kelima asas tersebut dapat dibagi menjadi 3 asas, yaitu :

- 1. Asas kemanfaatan yang meliputi asas keamanan dan asas keselamatan konsumen;
- 2. Asas keadilan yang meliputi asas keseimbangan; dan
- 3. Asas kepastian hukum.

Asas keseimbangan yang dikelompokkan ke dalam keadilan, mengingat hakikat keseimbangan yang dimaksud juga adalah keadilan bagi kepentingan masing-masing pihak, yaitu konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Kepentingan pemerintah dalam hubungan ini tidak dapat dilihat dan dalam hubungan transaksi dagang secara langsung menyertai pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pemerintah dalam rangka mewakili kepentingan publik yang kehadirannya tidak secara langsung diantara para pihak, tetapi melalui berbagai pembatasan dalam bentuk kebijakan yang dituangkan dalam berbagai peraturan perundang-undangan. (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 : 28).

Menyangkut asas keamanan dan keselamatan konsumen yang dikelompokkan ke dalam asas manfaat oleh karena keamanan dan keselamatan konsumen itu sendiri merupakan bagian dari manfaat penyelenggaraan perlindungan yang diberikan kepada konsumen di samping kepentingan pelaku usaha secara keseluruhan. (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 :28).

Menurut Yusuf Shofie (2002 : 30-31) dari kelima asas perlindungan konsumen kecuali asas keempat, dalam penjelasan Pasal 2 UUPK disebutkan kepentingan konsumen dan kepentingan pelaku usaha pada keempat asas lainnya tidak disebutkan kepentingan pelaku usaha pada asas keempat yaitu asas keamanan dan keselamatan konsumen menunjukkan bahwa perwujudan kepentingan ini tidak boleh semata-mata dimanipulasi. Motif “prinsip ekonomi pelaku usaha” (mendapatkan

keuntungan yang maksimal dengan biaya seminimal mungkin). Artinya, tidak dibenarkan motif semata-mata untuk memupuk keuntungan (laba) dengan mengabaikan keamanan dan keselamatan konsumen dalam mengonsumsi produk barang dan/atau jasa.

Asas kepastian hukum yang menurut Himawan, hukum yang berwibawa berarti hukum yang efisien sehingga seseorang dapat melaksanakan hak-haknya tanpa ketakutan melaksanakan kewajibannya (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 :33).

Diatur pula tujuan dari perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada Pasal 3, yaitu;

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapat informasi;

- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Keenam tujuan khusus perlindungan konsumen yang disebutkan di atas bila di kelompokkan ke dalam tiga tujuan hukum secara umum, maka tujuan hukum untuk mendapatkan keadilan terlihat dalam rumusan huruf c dan huruf e. Sementara tujuan untuk memberikan kemanfaatan dapat terlihat di huruf a dan huruf b, huruf c dan d serta termasuk juga huruf f. Terakhir tujuan khusus yang diarahkan untuk tujuan kepastian mutlak, oleh karena seperti yang dapat dilihat dalam tujuan yang dapat dikualifikasi sebagai tujuan ganda. (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 : 34).

3). Konsumen

3.1 Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata consumer (Inggris,Amerika) atau consument/konsument (Belanda). Pengertian dari consumer atau consument itu tergantung posisi mana ia berada. Secara harfiah, arti kata consumer adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang atau jasa nanti menentukan termasuk

konsumen kelompok mana pengguna tersebut begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti consumer sebagai pemakai atau konsumen (Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008 : 22).

Menurut Az. Nasution (2007:29) perlu adanya pembedaan dari konsumen itu sehingga memberikan beberapa batasan tentang konsumen, yaitu:

- a) Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
- b) Konsumen-antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain untuk di perdagangkan (tujuan komersial).
- c) Konsumen-akhir adalah setiap orang alami yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidup pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan (non-komersial).

Menurut Az. Nasution (2007 : 29) pengertian barang dan/atau jasa pada konsumen-antara adalah berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksi (produsen). Kalau ia distributor atau pedagang berupa barang setengah jadi atau barang jadi yang menjadi mata dagangannya. Konsumen-antara ini mendapatkan barang atau jasa di pasar industri atau pasar produsen sedangkan pengertian barang dan/atau jasa pada konsumen akhir, yaitu setiap orang yang mendapat atau menggunakan untuk kebutuhan pribadi, keluarga,

dan/atau rumah tangga yang tidak diperdagangkan. Barang atau jasa konsumen ini umumnya diperoleh di pasar-pasar konsumen dan terdiri dari barang atau jasa yang umumnya digunakan di dalam rumah-rumah tangga masyarakat.

Menurut N. H. T. Siahaan (2005 : 28) bahwa pengertian sehari-hari seringkali dianggap bahwa yang disebut konsumen adalah pembeli. Pengertian konsumen secara hukum tidak hanya terbatas kepada pembeli. Bahkan kalau disimak secara cermat pengertian konsumen sebagaimana terdapat di dalam Pasal 1 angka 2 UUPK, disitu tidak ada disebut kata pembeli tetapi menggunakan istilah pemakai. Hal ini menunjukkan bahwa barang dan/atau jasa dalam rumusan pengertian konsumen tidak harus sebagai hasil dan transaksi jual beli, melainkan lebih dari tersebut seseorang dapat dikatakan sebagai konsumen.

Akan tetapi, pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 angka 2 disebutkan konsumen adalah “Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Definisi konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen lebih luas jika dibandingkan dengan definisi konsumen yang diajukan pada tahap perancangan undang-undang tersebut. Hal ini disebabkan karena dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga dapat

memberikan perlindungan kepada konsumen yang bukan manusia (hewan maupun tumbuhan). (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004:5-6).

Berdasarkan definisi konsumen yang terdapat di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terdapat beberapa unsur-unsur, yaitu: (Celina Tri Siwi Krstiyanti, 2008:27-30):

- a. Setiap orang, subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa.
- b. Pemakai, menekankan bahwa yang dimaksud adalah konsumen akhir. Istilah ini juga menunjukkan barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil jual beli atau dengan kata lain hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual.
- c. Barang dan/atau jasa yang di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dikatakan bahwa barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan yang dapat untuk diperdagangkan atau dimanfaatkan oleh konsumen sedangkan jasa diartikan setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
- d. Yang tersedia dalam masyarakat, berarti bahwa barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat harus sudah tersedia di pasaran.

- e. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain. Diartikan untuk memperluas pengertian dan perlindungan kepentingan. Sehingga tidak saja bagi diri sendiri dan keluarga, tetapi juga orang lain di luar keluarga dan makhluk hidup lain seperti hewan dan tumbuhan.
- f. Barang dan/atau jasa tidak untuk diperdagangkan, dimana kondisi ini mempertegas bahwa konsumen dalam undang-undang perlindungan konsumen adalah konsumen akhir.

Menurut Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo (2004 : 7), rumusan pengertian konsumen menentukan bahwa: “Konsumen adalah setiap orang/badan hukum yang memperoleh dan/atau memakai barang/jasa yang berasal dari pelaku usaha dan tidak untuk diperdagangkan”.

Perlu juga diketahui bahwa pengertian konsumen dalam kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk. Konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai dari proses produksi suatu produk lainnya. Konsumen yang dimaksud dalam Pasal 1 angka 2 UUPK yaitu konsumen akhir.

3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen

Perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun, materi yang mendapatkan perlindungan bukan hanya fisik, tetapi lebih pada hak-hak yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan

konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen. (Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani, 2003 : 29-30).

Pada tanggal 15 Maret 1962, Presiden Amerika Serikat Jhon F. Kenedy pertama kali di depan kongres mengemukakan empat hak dasar konsumen, yaitu terdiri atas hak memperoleh keamanan, hak memilih, hak mendapat informasi, dan hak untuk didengar. Keempat hak tersebut merupakan bagian dari Deklarasi Hak-Hak Asasi Manusia yang dicanangkan PBB pada tanggal 10 Desember 1948, masing-masing Pasal 3, 8, 19, dan Pasal 26 yang oleh Organisasi Konsumen Sedunia (International Organization of Consumer Union- IOCU) ditambahkan empat hak dasar konsumen lainnya, yaitu hak untuk memperoleh kebutuhan hidup, hak untuk memperoleh ganti rugi, hak untuk memperoleh ganti rugi, hak untuk memperoleh pendidikan konsumen, serta hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat. (Ahmadi Miru dan Sutarman, 2004 : 39).

Di dalam Pedoman Perlindungan Konsumen yang dikeluarkan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UN-Guidelines for Consumer Protection) melalui Resolusi PBB No. 39/248 pada tanggal 9 April 1985 pada Bagian II tentang Prinsip-Prinsip Umum, Nomor 3 dikemukakan bahwa kebutuhan-kebutuhan konsumen yang diharapkan dapat dilindungi oleh setiap negara di dunia adalah :

1. Perlindungan dari barang-barang yang berbahaya bagi kesehatan dan keamanan konsumen ;
2. Perlindungan kepentingan-kepentingan ekonomis konsumen;
3. Hak konsumen untuk mendapatkan informasi sehingga mereka dapat memilih sesuatu yang sesuai dengan kebutuhannya;
4. Pendidikan konsumen;
5. Tersedianya ganti rugi bagi konsumen;
6. Kebebasan dalam membentuk lembaga konsumen atau lembaga lainnya yang sejenis dan memberikan kesempatan bagi lembaga-lembaga tersebut untuk mengemukakan pandangan mereka dalam proses pengambilan keputusan

Di samping itu, masyarakat Eropa (Europese Economische Gemeenschap atau EEG) juga telah menyepakati lima hak dasar konsumen, yaitu: (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 : 39-40)

1. Hak perlindungan kesehatan dan keamanan;
2. Hak perlindungan kepentingan konsumen;
3. Hak mendapat ganti rugi;
4. Hak atas penerangan; dan
5. Hak untuk didengar

Selain itu, terdapat hak-hak konsumen yang diberikan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di dalam Pasal 4, yaitu:

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;

- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan.atau jasa;
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dari kesembilan hak konsumen di atas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling cocok dan utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak diedarkan dalam masyarakat. Selanjutnya,

untuk menjamin bahwa suatu barang/atau jasa dalam penggunaannya akan aman dan tidak membahayakan konsumen, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendaki berdasarkan atas keterbukaan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Jika terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan adil, kompensasi hingga ganti rugi (Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani, 2003 : 29-30).

Hak-hak konsumen secara garis besar dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu: (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 : 47).

1. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal maupun kekayaan;
2. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga yang wajar; dan
3. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Konsumen yang melakukan transaksi terhadap barang dan/atau jasa melalui tiga tahap, yaitu: (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 : 47).

1. Tahap pra transaksi konsumen; di mana transaksi belum terjadi. Biasanya konsumen baru mencari informasi untuk pertimbangan terhadap barang dan/atau jasa.

2. Tahap transaksi konsumen; dimana transaksi sudah terjadi karena hubungan hukum berupa jual-beli.
3. Tahap purna transaksi konsumen; di mana setelah terjadi transaksi maka akan dilihat kepuasan konsumen dengan tidak akan pindah ke tempat lain sehingga akan menjadi pelanggan tetap

Walau beragam ketentuan yang mengatur hak-hak tentang konsumen, keseluruhannya bertujuan untuk memberikan jaminan agar tercipta keseimbangan antar konsumen dan pelaku usaha yang tidak hanya akan selalu menjadi objek sehingga konsumen tidak hanya tinggal diam dan tidak dapat berbuat apa-apa saat dirugikan oleh pelaku usaha.

Selain memberikan hak, Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga memberikan kewajiban terhadap konsumen yang diatur dalam Pasal 5, yaitu :

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Adanya kewajiban konsumen untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan merupakan hal yang penting mendapat pengaturan namun konsumen kadangkala tidak membaca petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa yang telah disampaikan pelaku usaha kepada konsumen. Dengan pengaturan kewajiban ini, memberikan konsekuensi, pelaku usaha tidak bertanggung jawab jika konsumen menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut. Menyangkut kewajiban konsumen yang beritikad baik, hanya tertuju pada transaksi pembelian barang/jasa. Hal ini disebabkan karena konsumen dapat merugikan produsen pada saat melakukan transaksi. Berbeda dengan pelaku usaha kemungkinan merugikan konsumen sejak barang diproduksi/dirancang oleh produsen (pelaku usaha). (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004:47).

Kewajiban konsumen untuk membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dengan pelaku usaha adalah hal yang wajar dan semestinya sedangkan kewajiban mengikuti upaya penyelesaian sengketa secara patut sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan baik dalam pengadilan maupun secara swadaya yang diatur dalam peraturan terkait dengan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 :47).

3.3 Tanggung Jawab Konsumen

Adanya kepentingan konsumen adalah salah satu hal yang menjadi alasan dibuatnya perangkat hukum untuk melindunginya sehingga kebutuhan akan perangkat hukum tersebut hingga diterbitkanlah Undang-Undang Perlindungan Konsumen tetapi meski disebut dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak ikut menjadi perhatian. (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 :1). Salah satu contoh perhatian terhadap pelaku usaha adalah diaturnya kewajiban yang dibebankan kepada konsumen sehingga tidak terkesan membebaskan seluruh kewajiban kepada pelaku usaha. Adanya kewajiban konsumen tersebut, maka konsumen memiliki tanggung jawab untuk mematuhi segala kewajiban-kewajiban tersebut. Tanggung jawab konsumen seperti membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati, di mana pembebanan pembayaran atas barang dan/atau jasa yang telah dikonsumsi haruslah dibayar oleh konsumen dan jika tidak maka hak pelaku usaha telah dilanggar.

Selain itu, membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa adalah hal yang harus dilakukan konsumen sebab konsumen tidak dapat menuntut kepada pelaku usaha jika peringatannya sudah diberikan secara jelas dan tegas. Namun hal berbeda jika produsen tidak menggunakan cara yang wajar dan efektif untuk mengomunikasikan peringatan itu, sehingga konsumen tidak membacanya. Maka hal itu tidak dapat menghalangi

pemberian ganti kerugian pada konsumen yang telah dirugikan. (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 :49).

4. Pelaku Usaha

4.1 Pengertian Pelaku Usaha

Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen :” Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Dapat dikatakan pelaku usaha termasuk juga pengertian perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain. Selain itu, yang dikualifikasi lainnya sebagai produsen adalah pembuat produk jadi, penghasil bahan baku, pembuat suku cadang, setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu atau tanda lainnya yang membedakan dengan maksud untuk dijualbelikan, disewakan, disewagunakan(leasing), atau bentuk lain dalam transaksi perdagangan, pemasok dalam hal identitas dari produsen atau importer tidak dapat ditentukan.

Dalam pengertian pelaku usaha tidaklah mencakup eksportir atau pelaku usaha di luar negeri karena UUPK membatasi orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah Negara Republik Indonesia. (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 :9).

4.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Untuk menciptakan kepastian hukum sebagai bagian dari tujuan hukum perlindungan konsumen dan untuk memperjelas hak-hak dan kewajiban masing-masing pihak yang saling berinteraksi, penjelasan dan penjabaran hak dan kewajiban pelaku usaha. (Happy Susanto, 2008 : 34).

Adanya hak dan kewajiban tersebut dimaksudkan untuk menciptakan kenyamanan berusaha bagi para pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen diberikan pula hak-hak untuk pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 6, yaitu :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk mendapat rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Adanya penetapan hak-hak pelaku usaha oleh undang-undang bertujuan untuk melindungi kepentingan pelaku usaha dari konsumen yang beritikad tidak baik serta perlindungan yang berlebihan hingga menghilangkan hak-hak pelaku usaha.

Undang-Undang Perlindungan konsumen juga mengatur tentang kewajiban pelaku usaha pada Pasal 7, yaitu :

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;

- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji barang dan/atau jasa, mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, dimulai sejak barang dirancang/diproduksinya hingga tahap purna penjualan. Sedangkan konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi. Hal ini tentu saja disebabkan karena kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh pelaku usaha sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan pelaku usaha dimulai pada saat melakukan transaksi dengan pelaku usaha. (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 : 54)

Kewajiban kedua pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, disebabkan karena informasi merupakan hak konsumen juga karena

ketiadaan informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan cacat produk (cacat informasi), yang akan sangat merugikan konsumen. Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan, maupun berupa instruksi. (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 : 54-55).

Perlunya representasi yang benar terhadap suatu produk karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentasi banyak disebabkan karena tergiur oleh iklan atau brosur tertentu sedangkan iklan atau brosur tidak selamanya memuat informasi yang benar karena hanya menonjolkan kelebihan produk yang dipromosikan saja, sebaliknya kelemahan tersebut ditutup-tutupi. (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004 : 54-55).

Peringatan juga merupakan bentuk penyampaian informasi yang penting dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Peringatan merupakan pemberian informasi yang merupakan pelengkap dari proses produksi. Peringatan yang diberikan kepada konsumen memegang peranan penting dalam kaitannya dengan keamanan suatu produk. Produk yang dibawa ke pasar tanpa petunjuk yang sangat kurang/tidak

memadai menyebabkan suatu produk dikategorikan sebagai cacat instruksi. (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004:58).

Selain peringatan, hal lain yang juga perlu pada suatu produk adalah instruksi. Instruksi ditujukan untuk menjamin efisiensi penggunaan produk dan juga mencegah timbulnya kerugian bagi konsumen. Pencamtuman informasi bagi konsumen yang berupa instruksi atau prosedur pemakaian suatu produk merupakan kewajiban produsen agar produknya tidak dianggap cacat. Setiap produk membutuhkan instruksi tentang cara pemakaian, sebab setiap produk memiliki kemungkinan menimbulkan kerugian manakala terjadi penggunaan secara keliru tentang cara pemakaiannya. (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004:60-61).

Selain itu, bahwa pelaku usaha dalam UUPK dalam Pasal 13 angka 1 disebutkan : Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan /atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.

Pada Pasal 14 UUPK disebutkan pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- a. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;

- c. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Dengan demikian, pelaku usaha berkewajiban untuk memenuhi prestasi. Jika tidak dilaksanakannya kewajibannya, bukan karena keadaan memaksa, maka pelaku usaha dianggap melakukan ingkar janji. Menurut Setiawan (1999 : 17-18) menyebutkan bahwa ada tiga bentuk ingkar janji, yaitu:

- 1. Tidak memenuhi prestasi sama sekali
- 2. Terlambat memenuhi prestasi;
- 3. Memenuhi prestasi secara tidak baik.

4.3 Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Prinsip tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisa siapa yang harus yang bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dibebankan kepada pihak-pihak terkait. (Shidarta, 2000:59).

Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut: (Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008 :92-98)

- a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Prinsip ini menyatakan, seseorang baru dapat dimintakan

pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya.

- b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab yang menyatakan penggugat selalu dianggap bertanggung jawab, sampai ia dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada si tergugat.
- c. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab adalah kebalikan dari prinsip kedua. Prinsip ini hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan pembatasan demikian biasanya dapat dibenarkan.
- d. Prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk menjerat pelaku usaha, khususnya produsen barang, yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen. Asas tanggung jawab itu dikenal dengan nama produk produk *liability*.
- e. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan yang sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Prinsip ini sangat merugikan konsumen bila ditetapkan sepihak oleh pelaku usaha, namun jika ada pembatasan mutlak harus berdasarkan pada peraturan perundang-undangan yang jelas.

Meskipun, dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak menerangkan secara langsung prinsip tanggung jawab yang dianut dalam

perlindungan konsumen di Indonesia, tetapi jika dicermati Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengadopsi konsep prinsip *strict liability*. (Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008 : 96-97).

Strict liability adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Namun, ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya keadaan *force majeure*. Asas *Strict liability* (tanggung jawab mutlak) dikenal dengan nama *product liability*. Menurut asas ini, produsen wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang dipasarkannya. Gugatan *product liability* dapat dilakukan berdasarkan tiga hal : (Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008 : 96-97)

- a. Melanggar jaminan (*breach of warranty*), misalnya khasiat yang timbul tidak sesuai dengan janji yang tertera dalam kemasan produk;
- b. Ada unsur kelalaian (*negligence*), yaitu produsen lalai memenuhi standar pembuatan obat yang baik;
- c. Menerapkan tanggung jawab mutlak (*strict liability*)

Menurut Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo (2004: 125-126) pada penerapan *strict liability* (tanggung jawab mutlak) dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terlihat pada Pasal 19 angka 1 disebutkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian yang diderita konsumen akibat

mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan sehingga dengan memperhatikan substansi Pasal 19 angka 1 dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi;

- a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian;
- b. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran; dan
- c. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Berdasarkan hal ini, maka adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen. Selanjutnya pada Pasal 28, pembuktian terhadap ada atau tidaknya unsur kelalaian dalam gugatan ganti rugi sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

Dalam menentukan besarnya kerugian yang diderita pihak konsumen terhadap pelaku usaha, maka yang harus diperhatikan adalah (R. Setiawan 1999:23) :

- 1) Obyektifitas, yaitu harus diteliti seberapa jumlah kerugian seseorang konsumen pada umumnya dalam keadaan yang sama sekali seperti keadaan yang bersangkutan.
- 2) Keuntungan yang diperoleh pelaku usaha disebabkan terjadinya ingkar janji dari konsumen misalnya, karena penyerahan barang tidak dilaksanakan maka pembeli tidak perlu mengeluarkan biaya untuk mengambil barang dan menyimpan barang.

5. Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha dengan Konsumen

Hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen dapat bersifat kontraktual ataupun non kontraktual. Kedua hubungan hukum tersebut dapat terjadi karena persetujuan maupun karena undang-undang. [Sudikno Mertokusuma (1991:38)]. Sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 1233 KUH Perdata, bahwa “Tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan, maupun karena undang-undang”.

Sudikno Mertokusumo (1991 : 38), memberikan pengertian bahwa : “Hubungan hukum yaitu ikatan-ikatan antara individu dan masyarakat, dan antara individu. Ikatan-ikatan antara individu dan masyarakat, dan antara individu. Ikatan-ikatan itu tercermin pada hak dan kewajiban. Hukum merumuskan peristiwa-peristiwa tertentu yang merupakan syarat timbulnya hubungan-hubungan hukum, yaitu peristiwa hukum. Dengan kata lain, hubungan hukum ini merupakan tanggung jawab hukum yang timbul dari suatu peristiwa hukum”.

K. Bertens (2000 : 233-239) yang menggunakan istilah “produsen” memberikan tiga teori hubungan antara produsen dan konsumen yaitu:

1. Teori Kontrak

Menurut teori kontrak, hubungan antara produsen dan konsumen sebaliknya dilihat sebagai suatu kontrak dan kewajiban produsen terhadap konsumen didasarkan atas kontrak itu. Jika konsumen membeli sebuah produk, ia seolah-olah mengadakan kontrak dengan perusahaan yang

menjualnya. Perusahaan tahu dan mau menyerahkan produk dengan ciri-ciri tertentu kepada si pembeli dan si pembeli membayar uang yang disetujui karena kontrak diadakan dengan bebas, produsen berkewajiban menyampaikan produk dengan ciri-ciri tersebut, bukan sesuatu yang berbeda dan si konsumen berhak memperoleh produk itu setelah jumlah uang dilunasi menurut cara pembayaran yang telah disepakati. Teori kontrak ini sejalan dengan pepatah Romawi Kuno yang berbunyi *caveat emptor* (hendaknya si pembeli berhati-hati). Sebagaimana sebelum menandatangani sebuah kontrak, maka harus membaca dengan teliti seluruh teksnya termasuk huruf-huruf yang terkecil sekalipun, demikian juga si pembeli harus mempelajari dengan teliti keadaan produk serta ciri-ciri sebelum ia membayar dan menjadi pemiliknya. Transaksi jual beli harus dijalankan sesuai dengan tertera dalam kontrak itu dan hak pembeli maupun kewajiban penjual memperoleh dasarnya dari situ.

2. Teori Perhatian Semestinya

Berbeda dengan teori kontrak, teori perhatian semestinya tidak menyetarakan produsen dan konsumen, melainkan bertolak dari kenyataan bahwa konsumen selalu dalam posisi lemah karena produsen mempunyai jauh lebih banyak pengetahuan dan pengalamannya tentang produk, ia mempunyai kewajiban menjaga agar si konsumen tidak mengalami kerugian dari produk yang dibelinya.

Teori perhatian semestinya tidak memfokuskan kontrak atau persetujuan antara konsumen dan produsen, melainkan terutama kualitas produk serta tanggung jawab produsen karena itu, tekanannya bukan pada segi hukum saja seperti teori kontrak, melainkan pada etika dalam arti luas. Norma dasar yang melandasi teori adalah bahwa seseorang tidak boleh merugikan orang lain dengan kegiatannya.

3. Teori Biaya Sosial

Teori biaya sosial menegaskan bahwa produsen bertanggung jawab atas semua kekurangan produk dan setiap kerugian yang dialami konsumen dalam memakai produk tersebut. Hal itu berlaku juga, walau produsen sudah mengambil semua tindakan yang semestinya dalam merancang serta memproduksi produk bersangkutan atau mereka sudah memperingatkan konsumen tentang resiko yang berkaitan dengan pemakaian produk.

B. Tugas dan Fungsi Dinas Sosial

Dinas Sosial yang terletak di Jl.A.P.Pettarani No.59 Makassar yang dipimpin oleh Ir.H.Suwandi merupakan pelayanan penyandang masalah kesejahteraan sosial yang sesuai dengan visinya di tahun 2013, sedangkan misi dinas sosial di tahun 2013, yaitu:

- 1) Meningkatkan profesionalisme dan memperluas jangkauan pelayanan sosial bagi Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS)
- 2) Mengembangkan jejaring dan pencitraan sosial melalui pemberdayaan kelembagaan, Ormas/LSM, Organisasi Profesi,

Badan Usaha, Lembaga Kesejahteraan Sosial (LKS), Karang Taruna, PSM dan TAGANA

- 3) Meningkatkan kesetiakawanan sosial, sistem informasi sosial dan perlindungan sosial sebagai upaya memperkecil kesenjangan sosial
- 4) Menurunkan angka populasi penyandang masalah kesejahteraan sosial melalui pelayanan sosial terpadu

Dinas sosial Provinsi Sulawesi Selatan adalah unsur pelaksana pemerintah daerah yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas dan Sekretaris bertanggung jawab kepada Gubernur melalui Sekretaris Daerah yang mempunyai tugas pokok :

“Melaksanakan kewenangan desentralisasi, dekonsentrasi dan tugas pembantuan serta kewenangan yang tidak atau belum dapat dilaksanakan oleh Kabupaten/Kota dibidang Kesejahteraan Sosial sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku”

Untuk menyelenggarakan tugas pokok tersebut Dinas Sosial mempunyai fungsi :

- a) Penyusunan kebijaksanaan teknis di bidang kesejahteraan sosial dan perlindungan masyarakat
- b) Pemberian perizinan dan pelaksanaan pelayanan umum lintas Kabupaten/Kota
- c) Pembinaan teknis di bidang Kesejahteraan Sosial dan Perlindungan Masyarakat lintas Kabupaten/Kota
- d) Pembinaan Unit Pelaksana Teknis Dinas
- e) Pelaksanaan Urusan Tata Usaha

Landasan hukum Dinas Sosial Provinsi Sulawesi Selatan :

1. Undang-Undang Dasar 1945

2. Peraturan Pemerintah RI Nomor 28 Tahun 1959 tentang Tanda Kehormatan Lencana Perintis Pergerakan Kemerdekaan
3. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1961 tentang Pengumpulan Uang dan Barang
4. Undang-Undang Nomor 5 Prps Tahun 1964 tentang Pemberian Penghargaan/Tunjangan kepada Perintis Pergerakan Kebangsaan/Kemerdekaan
5. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1979 tentang Kesejahteraan Anak
6. Undang-Undang Nomor 33 Prps Tahun 1964 tentang Penetapan Penghargaan dan Pembinaan Terhadap Pahlawan
7. Peraturan Pemerintah RI Nomor 29 Tahun 1980 tentang Pelaksanaan Pengumpulan Sumbangan
8. Peraturan Pemerintah RI Nomor 31 Tahun 1980 tentang Penanggulangan Gelandangan dan Pengemis
9. Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 1981 tentang Pelayanan Kesejahteraan Sosial bagi Fakir Miskin
10. Undang-Undang Nomor 7 tahun 1984 tentang Pengesahan Konvensi Mengenai Penghapusan Segala Bentuk Kriminasi terhadap wanita
11. Peraturan Pemerintah RI Nomor 18 Tahun 1986 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 tentang Organisasi Kemasyarakatan
12. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1985 tentang Organisasi Kemasyarakatan
13. Peraturan Pemerintah RI Nomor 2 Tahun 1988 tentang Usaha Kesejahteraan Anak Bagi Anak Yang Mempunyai Masalah
14. Peraturan Pemerintah RI Nomor 73 Tahun 1991 tentang Pendidikan Luar Sekolah
15. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1992 tentang Perumahan dan Pemukiman

16. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1992 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga Sejahtera
17. Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1997 tentang Pengadilan Anak
18. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1997 tentang Penyandang Cacat
19. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1997 tentang Psikotropika
20. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1997 tentang Narkotika
21. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1988 tentang Kesejahteraan Lanjut Usia
22. Peraturan Pemerintah RI Nomor 43 Tahun 1988 tentang Upaya Peningkatan Kesejahteraan Sosial Penyandang Cacat
23. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah
24. Peraturan Pemerintah RI Nomor 21 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Pembangunan Kesejahteraan Keluarga
25. Undang-Undang Tahun 1999 tentang Pengesahan Konvensi ILO Nomor 138 Mengenai Usia Minim Memperoleh Bekerja
26. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah
27. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia
28. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2000 tentang Pengesahan ILO Nomor 182 Mengenai Pelarangan dan Tindakan Segera Penghapusan Bentuk-Bentuk Pekerja Terpuruk Untuk Anak
29. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak
30. Peraturan Pemerintah RI Nomor 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Pemerintah Pusat dan Kewenangan Propinsi Sebagai Daerah Otonom
31. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah
32. Peraturan Menteri Sosial Nomor 83 /HUK/2005 tentang Pedoman Dasar Karang Taruna

33. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial

C. Undian Berhadiah

Dalam UU No. 22 Tahun 1954 Tentang Undian Pasal 1 angka 2 arti kata undian adalah “Tiap-tiap kesempatan yang diadakan oleh sesuatu badan untuk mereka yang telah memenuhi syarat-syarat tertentu dapat ikut serta memperoleh hadiah berupa uang atau benda yang akan diberikan kepada peserta-peserta yang ditunjuk sebagai pemenang dengan jalan undi atau dengan lain cara menentukan untung yang tidak terbanyak dapat dipengaruhi oleh peserta sendiri”.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, undian berasal dari kata undi yang artinya adalah yang dipakai untuk menentukan atau memilih untuk menentukan siapa yang berhak atas sesuatu. Undian adalah sesuatu yang diundi. Undian berhadiah adalah undian yang ada hadiahnya. (Umi Chulsum dan Windy Novia, 2006 :156).

Dalam Hukum Islam terdapat tiga bentuk undian berhadiah yaitu :
(<http://www.macam-macam undian berhadiah.com>)

- 1) Undian tanpa syarat. Misalnya, dibagikan kupon undian berhadiah kepada pengunjung pada pusat perbelanjaan tanpa harus membeli suatu barang kemudian dilakukan penarikan undian berhadiah yang dapat disaksikan oleh seluruh pengunjung. Dalam hukum Islam bentuk undian

berhadiah tanpa syarat dihalalkan karena tidak terlihat hal-hal yang dilarang seperti riba, penipuan.

- 2) Undian dengan syarat membeli barang. Artinya pengunjung mendapat kupon undian dengan cara membeli barang yang disediakan oleh penyelenggara undian. Dalam hukum Islam bentuk undian dengan syarat membeli barang adalah haram.
- 3) Undian dengan mengeluarkan biaya. Artinya, undian yang bisa diikuti setiap orang yang membayar biaya untuk ikut undian tersebut. Misalnya, mengirim kupon/kartu undian ke tempat pengundian dan menggunakan perangko. Dalam Hukum Islam bentuk undian dengan mengeluarkan biaya adalah haram.

Mengadakan undian adalah salah satu di antara beberapa jalan yang disukai untuk memperoleh uang guna suatu maksud. Pada satu pihak penyelenggara undian dengan mudah dapat memperoleh jumlah uang yang diperlukannya dan di lain pihak para peserta mempunyai harapan untuk memperoleh hadiah yang jauh lebih tinggi nilainya dibandingkan dengan jumlah uang yang dikeluarkannya untuk menjadi peserta dalam undian itu.

Dalam menyelenggarakan undian berhadiah harus terlebih dahulu mendapat izin, kecuali undian-undian yang dimaksudkan dalam pasal 2 (Undang-undang ini tidak berlaku untuk undian yang diadakan): a) oleh Negara, b) oleh suatu perkumpulan yang diakui sebagai badan hukum

atau oleh suatu perkumpulan yang telah berdiri minimal satu tahun, di dalam lingkungan yang terbatas pada para anggota, untuk keperluan sosial). (<http://www.istilahundian.com>).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Pada penelitian skripsi yang berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap Penyalahgunaan Undian Berhadiah Oleh Pelaku Usaha Elektronik Pada Pusat Perbelanjaan”.Penulis mengambil lokasi penelitian di Makassar untuk pengumpulan data sekunder. Adapun lokasi dalam tahap pengumpulan data sekunder ini, yaitu:

- a. Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin;
- b. Perpustakaan Pusat Universitas Hasanuddin

Selanjutnya, untuk mengumpulkan data primer penulis mengambil lokasi penelitian di Makassar. Lokasi dalam tahap pengumpulan data primer ini, yaitu:

- a. Dinas Sosial Propinsi Sulawesi Selatan
- b. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia
- c. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan oleh penulis dalam proses pelaksanaan penelitian ini, yaitu:

- a. Data Primer berupa data yang penulis peroleh di lapangan melalui wawancara dan kuesioner. Wawancara dilakukan kepada narasumber terkait dengan kegiatan penelitian ini, yaitu: Kepala Sub Bagian Dinas Sosial Propinsi Sulawesi Selatan dan Ketua Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia Sulawesi Selatan dan Ketua Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan karyawan pelaku usaha Inextron serta juga konsumen yang mengalami penipuan undian berhadiah sedangkan teknik kuesioner dilakukan dengan cara membagikan daftar 50 pertanyaan kepada 50 responden secara acak yang berhubungan dengan masalah penelitian.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan berupa bahan-bahan tertulis berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian. Selain itu, penulis mengambil bahan hukum primer yaitu: peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1954 tentang Undian dan juga bahan hukum sekunder, yaitu hasil-hasil penelitian dan pendapat para pakar serta bahan hukum tersier yang juga digunakan penulis untuk mendapatkan petunjuk maupun penjelasan. Bahan hukum tersier tersebut yaitu kamus

Bahasa Indonesia dan kamus Hukum. Semua data-data tersebut Penulis baca dan telaah secara seksama untuk mendapatkan data yang Penulis perlukan dalam penelitian

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer dan sekunder yang penulis gunakan antara lain:

a. Studi Kepustakaan/Dokumentasi

Yaitu menelaah bahan-bahan tertulis berupa buku-buku, peraturan perundang-undangan serta sumber tertulis lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data-data yang diperoleh kemudian diolah dengan *teknik content analysis* menghasilkan suatu kesimpulan

b. Teknik Wawancara

Wawancara, yaitu suatu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Wawancara dalam pengumpulan data primer dilakukan kepada Kepala Sub Bagian Dinas Sosial Propinsi Sulawesi Selatan, Ketua Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia Sulawesi Selatan, Ketua Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan konsumen yang mengalami penipuan undian berhadiah dan juga karyawan pelaku usaha Inextron

c. Teknik Kuesioner

Teknik kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data primer. Teknik ini dilakukan dengan cara membagikan daftar pertanyaan kepada 50 responden secara acak yang berhubungan dengan masalah penelitian. Jenis pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner tersebut adalah pertanyaan yang bersifat semi tertutup. Dalam pertanyaan yang bersifat semi tertutup, jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu oleh peneliti namun dalam pertanyaan tertentu, responden akan diberikan kesempatan untuk memberikan jawaban lain.

D. ANALISA DATA

Seluruh data yang diperoleh dalam penelitian ini, baik data primer maupun data sekunder, dianalisis dengan menggunakan teknik analisis kualitatif yaitu dengan menggunakan data berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara, kuesioner, studi pustaka.

Selanjutnya, data yang dianalisis tersebut disajikan secara deskriptif, yaitu dengan menguraikan, menjelaskan secara objektif, sistematis dan menyeluruh mengenai tanggung jawab perdata pelaku usaha dalam hal terjadinya kerugian konsumen sebagai upaya perlindungan hukum terhadap konsumen.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Peran Dinas Sosial Terhadap Penyebaran Undian Berhadiah

Pengawasan Dinas Sosial terhadap penyebaran undian berhadiah harus didukung dengan pengawasan masyarakat dengan adanya dukungan dari masyarakat diharapkan tidak terjadinya lagi penyalahgunaan undian berhadiah. Oleh karena itu, pelaku usaha yang akan mengadakan undian berhadiah haruslah melalui proses pengajuan ijin undian berhadiah. Proses pengajuan ijin undian berhadiah yang sepenuhnya dilakukan oleh instansi yang terkait yaitu Dinas Sosial Prov Sul-Sel. Tahapan pengujian ijin undian berhadiah sangat penting mengingat bahwa ijin undian berhadiah tersebut bertujuan untuk melindungi konsumen dari kesewenang-wenangan pelaku usaha.

Hasil wawancara dengan Ibu Ertifah, S.H, M.H, (Wawancara dengan Kasubag Dinas Sosial Pov Sul-Sel pada tanggal 5 Maret 2013 Pk 11.00 Wita) dapat dikatakan bahwa ijin undian berhadiah harus melalui proses pengajuan/permohonan ijin yang dikeluarkan oleh dinas sosial. Untuk memperoleh ijin undian berhadiah maka pelaku usaha harus memenuhi beberapa syarat,yaitu:

- a. Diajukan oleh suatu badan yang berbadan hukum atau yang tidak berbadan hukum;

- b. Adanya rekomendasi dari pemerintah setempat yang bertanggung jawab melaksanakan fungsi di bidang kesejahteraan sosial;
- c. Mempunyai akta pendirian atau akta notaris atau keputusan suatu pembentukan panitia/organisasi;
- d. Mempunyai susunan pengurus/kepanitian;
- e. Mempunyai anggaran dasar dan anggaran rumah tangga;
- f. Menyebutkan pokok-pokok kegiatan dari organisasi / badan yang bersangkutan;
- g. Bagi badan yang akan menyelenggarakan undian gratis sekurang-kurangnya harus telah terdaftar pada instansi yang berwenang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- h. Bagi badan yang kegiatannya di bidang usaha perdagangan harus memiliki Surat Izin Perdagangan (SIUP);
- i. Hadiah yang berupa barang harus mencantumkan harga sesuai dengan harga pasar yang berlaku saat ini;
- j. Hadiah-hadiah harus telah tersedia pada saat permohonan izin diajukan atau sebelum jangka waktu penyelenggaraan undian dimulai;
- k. Surat permohonan izin harus ditandatangani langsung dan tidak boleh diwakilkan oleh Agency yang mengurusnya;
- l. Untuk penyelenggaraan undian yang berasal dari luar negeri harus diajukan oleh organisasi/badan/perwakilan yang berkedudukan hukum di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

2. Surat Permohonan Izin harus menyebutkan :

- a. Nama badan dan alamat secara jelas yang masih berlaku;
- b. Nama pemohon dan jabatan pada badan atau organisasi;
- c. Jenis barang/jasa yang dipromosikan ;
- d. Mekanisme dan teknis penyelenggaraan undian;
- e. Teknis penentuan pemenang;
- f. Jangka waktu dan wilayah penyelenggaraan;
- g. Tempat dan tanggal penzegelan kupon/sarana kelengkapan dan hadiah (undian gratis berhadiah langsung);
- h. Tempat dan tanggal penzegelan dan penarikan (untuk undian gratis berhadiah tidak langsung);
- i. Daftar dan jenis hadiah(secara rinci dan jelas mengenai jenis, merk/tipe dan tahun pembuatannya dengan mempertimbangkan nilai guna/manfaat dari hadiah tersebut;
- j. Tanggal dan cara pengumuman hasil penarikan undian melalui media massa.

3. Pelaporan

Setelah tanggal berakhirnya penyelenggaraan undian, selambat-lambatnya 30 hari setelah masa penyerahan hadiah kepada para pemenang, penyelenggara berkewajiban menyampaikan laporan hasil pelaksanaan undian gratis yang terdiri dari :

- a. Berita acara pelaksanaan undian gratis berhadiah atau berita acara pelaksanaan penyegehan undian gratis berhadiah (untuk undian gratis berhadiah langsung);
- b. Daftar nama-nama pemegang dan tanda terima penyerahan hadiah dengan dilampirkan foto copy KTP/Identitas diri lain dari pemenang;
- c. Daftar hadiah yang tidak tertebak /tidak diambil oleh pemenangnya setelah melewati jangka waktu yang telah ditentukan;
- d. Tanda bukti penyetoran pajak atas hadiah undian;
- e. Dokumentasi pelaksanaan penarikan dan penyerahan hadiah kepada para pemenang;
- f. Foto copy SK Izin MENSOS RI;
- g. Foto copy Slip Bukti Transfer
- h. Foto copy pengumuman pemenang yang dimuat di media masa;
- i. Berita Acara dan Foto Dokumentasi Kupon (apabila ada).

4. Ketentuan-Ketentuan Lain

- a. Pada saat pengambilan surat keputusan izin, pemohon harus memperlihatkan bukti setor/transfer dana kesejahteraan sosial;
- b. Pengajuan perubahan menyangkut pelaksanaan/penyelenggaraan undian, selambat-lambatnya diajukan 14(empat belas) hari kerja sebelum pelaksanaan penarikan undian yang bersangkutan dan harus diumumkan di media massa nasional;
- c. Untuk program undian gratis berhadiah melalui SMS tidak diperkenankan dalam bentuk kuis/pertanyaan yang diajukan

sehingga peserta berulang-ulang (sebanyak-banyaknya) mengirimkan SMS (hanya 1 kali pengiriman SMS dalam satu program) dan harus ada produk barang/jasa yang dipromosikan.

B. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap penyalahgunaan Undian Berhadiah yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha Elektronik Pada Pusat Perbelanjaan

Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penyalahgunaan undian berhadiah yang dilakukan oleh pelaku usaha barang elektronik pada pusat perbelanjaan sangat perlu, hal tersebut didukung dengan pernyataan, Ibu Ertifah, S.H, M.H Kasubag Dinas Sosial (wawancara dengan ibu Ertifah, S.H, M.H Kasubag Prov Sul-Sel, tanggal 5 Maret 2013) yang mengatakan bahwa kita sebagai konsumen perlu berhati-hati dalam melakukan transaksi keuangan terutama yang menyangkut undian berhadiah karena banyak pelaku usaha sekarang ini menyalahgunakan undian berhadiah dan menyimpang dari ketentuan ijin undian berhadiah

Menurut Ibu Ertifah S.H, M.H, Kasubag Dinas Sosial Prov Sul-Sel (Wawancara dengan Kasubag Dinas Sosial Prov Sul-Sel pada tanggal 5 Maret 2013) tujuan penyelenggaraan undian serta peraturan perundang-undangan mengenai undian serta landasan hukum undian adalah :

1). Tujuan penyelenggaraan undian dan peraturan perundang-undangan mengenai undian adalah

- a. Terhimpunnya dana berupa pajak atas hadiah yang dipungut dari pemenang & diserahkan langsung oleh penyelenggara ke kas negara;
- b. Terhimpunnya sumbangan dana usaha kesejahteraan sosial yang diserahkan langsung oleh penyelenggara ke rekening badan pengelola dana kesejahteraan sosial sebagai titipan dana masyarakat yang akan dipergunakan bagi kepentingan penanganan masalah kesejahteraan sosial;
- c. Terciptanya keadaan yang kondusif bagi terselenggaranya undian gratis berhadiah secara tertib dan transparan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku ;
- d. Adanya pengawasan dari pemerintah dalam rangka pelaksanaan undian gratis berhadiah yang dapat dipertanggungjawabkan secara benar sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku.

2). Landasan Hukum Undian Berhadiah :

- a. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1954 Tentang Undian;
- b. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;
- c. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan Sosial;
- d. Keputusan Presiden RI Nomor 48 Tahun 1973 Tentang Penertiban Penyelenggaraan Undian;

- e. Peraturan Pemerintah Nomor 132 Tahun 2000 Tentang Pajak Penghasilan Atas Hadiah Undian ;
- f. Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2007 Tentang Penerimaan Negara Bukan Pajak;
- g. Keputusan Menteri Sosial RI Nomor 73/HUK/2002 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemberian Izin dan Penyelenggaraan Undian Gratis;
- h. Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 13/HUK/2005 Tentang Izin Undian.

Undian gratis berhadiah dilarang/tidak diperbolehkan untuk diselenggarakan, apabila:(berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ertifah diruangan Kasubag Dinas Prov Sul-Sel pada tanggal 5 Maret 2013 pk.11.00 Wita)

- a. Jumlah dan jenis hadiahnya tidak dapat diketahui/dideteksi lebih dahulu oleh pemberi izin ataupun dari segi pengamanan, baik terhadap pelaksanaan undian maupun sarana /alat yang digunakan untuk menyelenggarakan suatu undian tidak dapat dijamin;
- b. Undian tersebut dilakukan untuk promosi/penjualan barang-barang seperti:obat-obatan yang dikonsumsi, rokok dan minuman keras dan lain-lain yang membahayakan bagi kesehatan dan keselamatan jiwa, menurut sifatnya tidak layak untuk dipromosikan, yang menurut ketentuan perundang-undangan dilarang untuk dipromosikan ;

- c. Undian gratis berhadiah langsung yang dilakukan dengan cara menyusun /merangkai huruf/potongan gambar yang lebih dari 5 (lima) susunan / rangkaian huruf / potongan gambar tertentu;
- d. Tidak mendukung usaha kesejahteraan sosial.

Akan tetapi,ada pelaku usaha yang menyelenggarakan undian berhadiah tetapi tidak dilaksanakan pengundiannya, hal tersebut tentu sangat merugikan konsumen dan tentunya bertentangan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disingkat UUPK Pasal 13 angka 1 yaitu :

“Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya”

Dan pada Pasal 14 UUPK yaitu :

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk :

- e. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah melewati batas waktu yang dijanjikan;
- f. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- g. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;

- h. Menganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan

Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan kuesioner yang diwakili oleh 50 anggota masyarakat yang sudah pernah dan/atau berada di mall. Namun, sebenarnya apa yang paling diperhatikan konsumen saat berkunjung ke mall. Di bawah ini terdapat tabel yang akan menjawab pertanyaan tersebut, yang diwakili oleh 50 anggota masyarakat yang sudah pernah dan/atau berada di mall yang akan digambarkan berikut ini :

Tabel 1

Yang paling diperhatikan saat berkunjung ke mall

No	Yang paling sering diperhatikan saat akan berkunjung ke mall	jumlah	Persentase
1	pameran	23	46%
2	obral	27	54%
	Total	50	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2013

Tabel diatas menunjukkan bahwa yang menjadi perhatian 54% responden yang diberi kuesioner secara acak adalah adanya obral di mall. Hal ini, menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai ke pusat perbelanjaan pada saat ada obral. Namun, apakah konsumen pernah ditawari kupon undian berhadiah pada saat berada di pusat perbelanjaan? Berikut ini bisa dilihat dari tabel yang menunjukkan pernah atau tidak

pernahnya konsumen ditawarkan kupon undian berhadiah pada pusat pebelanjaan, yaitu

Tabel 2

Ditawari kupon undian berhadiah pada saat berada di pusat perbelanjaan

No	Ditawari kupon undian	Jumlah	Persentase
1	Pernah	30	60%
2	Tidak Pernah	20	40%
	Total	50	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa 60% responden pernah ditawarkan kupon undian berhadiah pada saat berada di pusat perbelanjaan sedangkan 40% responden tidak pernah ditawarkan kupon undian berhadiah pada saat berada di pusat perbelanjaan. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak terdapat pembagian kupon undian di pusat perbelanjaan dan merupakan salah satu trik yang digunakan oleh pelaku usaha dalam menarik konsumen. Namun, pada saat apa banyak terjadi promosi kupon undian berhadiah. Berikut ini bisa dilihat dari tabel, pada saat apa banyak terjadi promosi kupon undian berhadiah, yaitu:

Tabel 3

Saat banyak terjadi promosi kupon undian berhadiah

No	Saat banyak terjadi promosi kupon undian berhadiah	Jumlah
1	Hari Raya	8
2	Pada saat pameran	7
3	Pada saat akhir tahun	15
	Total	30

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2013

Tabel di atas memperlihatkan bahwa 15 orang yang menunjukkan bahwa banyak terjadi promosi kupon undian berhadiah pada saat akhir tahun sedangkan 8 orang menunjukkan bahwa banyak terjadi promosi kupon undian berhadiah pada saat hari raya dan 7 orang menunjukkan bahwa banyak terjadi promosi kupon undian pada saat pameran. Hal ini membuktikan bahwa pelaku usaha dominan memanfaatkan akhir tahun untuk promosi kupon undian berhadiah karena banyak pengunjung di mall untuk menarik perhatian konsumen. Namun, apakah konsumen mengetahui tentang Inextron yang sering memberikan kupon undian berhadiah. Berikut ini bisa dilihat dari tabel yang menunjukkan tahu atau tidak tahu konsumen tentang pelaku usaha inextron, yaitu:

Tabel 4

Mengetahui/tidak mengetahui tentang Inextron

No.	Mengetahui/tidak mengetahui	jumlah	persentase
1	tahu	35	70%
2	Tidak tahu	15	30%
	Total	50	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2013

Berdasarkan tabel di atas memperlihatkan bahwa ada sekitar 70% responden yang mengetahui tentang inextron dari 50 orang yang diberikan kuesioner secara acak. Hal ini membuktikan bahwa inextron telah diketahui oleh masyarakat. Namun, siapa yang memberi tahu dari 35 orang yang mengetahui tentang Inextron? Hal tersebut juga dapat dilihat dari hasil kuesioner sebagai berikut :

Tabel 5

Yang memberi tahu tentang Inextron

No.	Yang memberi tahu tentang Inextron	Jumlah	persentase
1	teman	12	40%
2	keluarga	8	22,8%
3	pernah mengunjungi	15	38,2%
	total	35	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2013

Berdasarkan tabel di atas 38,2% responden pernah mengunjungi inextron sedangkan 40% responden yang memberi tahu tentang inextron dari teman dan 22,8% responden yang memberi tahu tentang Inextron dari keluarga. Berdasarkan wawancara dengan Michael salah seorang karyawan inextron,(wawancara dengan pihak inextron pada tanggal 7 Maret 2013) mengatakan bahwa inextron adalah pelaku usaha barang elektronik, di Makassar ada 4 cabang inextron yaitu:di mall panakuk kang ada 3 dan di M'Tos ada 1 cabang inextron. Namun, apakah inextron memberikan kupon undian kepada pengunjung mall. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil kuesioner kepada responden.

Tabel 6

Mendapatkan kupon undian berhadiah oleh inextron

No	Mendapatkan kupon undian berhadiah oleh inextron	Jumlah	persentase
1	pernah	10	28,5%
2	Tidak pernah	25	71,5%
	Total	35	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2013

Berdasarkan tabel diatas bahwa yang pernah mendapatkan kupon undian berhadiah oleh inextron sebanyak 28,5% responden sedangkan yang tidak pernah mendapatkan kupon undian berhadiah oleh inextron sebanyak 71,5% responden.Hal ini menunjukkan bahwa inextron

menggunakan kupon untuk menarik konsumen Apakah alasan sehingga ada yang diberikan kupon undian dan ada juga yang tidak diberikan kupon undian oleh inextron? Berikut ini dapat dilihat berdasarkan hasil kuesioner.

Tabel 7

Alasan Inextron memberikan kupon undian

No	Alasan Inextron memberikan kupon undian	Jumlah	persentase
1	promosi	6	60%
2	Pembelian barang secara grosir	4	40%
	Total	10	100%

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2013

Berdasarkan tabel diatas bahwa alasan inextron memberikan kupon undian berdasarkan adanya promosi sebanyak 60% namun adapula Inextron tidak memberikan kupon tetapi cuma diberikan suvernir alarm pintu. Hal tersebut berdasarkan wawancara dengan Syenny(wawancara dengan pengunjung mall pada tanggal 7 Maret 2013) salah seorang karyawati sekuritas Sinar Mas.Menurut Syenny bahwa ketika itu, dia dipanggil oleh salah seorang karyawan inextron di mall panakukang, kemudian dia disuruh isi data pribadi dan karyawan inextron berkata bahwa pengisian data pribadi tersebut berguna agar Syenny dapat membantu dalam promosi ulang tahun inextron pada tanggal 15

Maret 2013 di mall panakukang di lantai 1, kemudian karyawannya memberikan alarm pintu sebagai ucapan terima kasih.

Sebagian pelaku usaha ada juga memberikan kupon undian berhadiah yang melewati batas pengundiannya tidak diundi. Berikut ini dapat dilihat dari tabel, pernah atau tidak pernah responden mendapatkan kupon undian yang melewati batas pengundiannya tidak diundi :

Tabel 8

Pernah atau tidak pernah mendapatkan kupon undian yang melewati batas pengundian tidak diundi

No	Pernah atau tidak pernah mendapatkan kupon undian yang melewati batas pengundian tidak diundi	Jumlah	Tempat
1	Pernah	15	-10 responden di inextron -5 responden di kemasan biskuit
2	Tidak pernah	35	-----
	Total	50	

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2013

Berdasarkan tabel di atas dapat menunjukkan bahwa ada sekitar 15 responden pernah mendapatkan kupon undian yang melewati batas pengundiannya tidak diundi, ada 10 responden mendapatkan kupon undian berhadiah yang tidak diundi di inextron sedangkan sebanyak 5 responden mendapatkan kupon yang tidak diundi di bungkus kemas biskuit

Berikut ini kronologis kejadian yang dialami responden ketika ditawarkan kupon di inextron :

1)Wawancara dengan Ibu Wahida Tahir, S.Ag (Manager PT.Prudential Life Assurance) pada tanggal 8 Maret 2013.

Tiga hari yang lalu saya berkunjung ke mall M-Tos Makassar niatnya sih untuk membeli baju, namun ketika saya sedang berjalan dan melewati sebuah stand yang tertulis Inextron I Home maka saya disapa oleh salah satu sales wanita I home inextron, awalnya sih saya tidak berminat untuk singgah ke stand mereka tapi katanya hanya untuk promo dan bagi-bagi souvenir gratis maka saya menyempatkan untuk singgah sebentar saja (kan Cuma untuk bagi-bagi souvenir katanya). Singkat cerita sesampainya didalam stand mereka, saya diajak bicara sedemikian rupa yang kadang tidak relevan dengan inti pembicaraan saat itu, ditanya hal-hal lain yang tidak penting, pada saat itu ada 2 orang sales wanita yang mengajak saya berbicara, kemudian sales yang satu mengajak saya berbicara yang satunya lagi mengambil souvenir yang

dimaksudkan yaitu sebuah pulpen multifungsi yang dapat digunakan juga sebagai senter. Setelah itu saya sudah ingin keluar (kan souvenirnya sudah dibagikan). Tapi katanya sebentar dulu bu, kita ada undian nih bagi orang yang sudah mendapatkan souvenir, singkat cerita, salah satu sales yang bernama muty memberikan beberapa kertas undian yang harus dipilih salah satunya untuk mendapatkan hadiah jika beruntung katanya diantara 10 kertas undian itu cuma ada 1 yang mempunyai hadiah undian, kemudian saya cabut 1 kertas dan ternyata kertas itu tidak tertulis nama hadiah, katanya maaf bu anda belum beruntung, tapi.....beberapa detik kemudian sales yang satunya memeriksa kembali kertas undian dan katanya ada tulisan VIP yang mereka pun tidak tahu apa maksudnya , dengan berlagak pura –pura tidak tahu sales yang menemani saya bertanya pada sales wanita yang lebih senior dan mereka pun menelpon ke pusat katanya untuk mengkonfirmasi arti tulisan VIP, beberapa menit kemudian sales senior datang kepada saya mengucapkan selamat karena saya sedang beruntung saya berhak untuk mengikuti undian dalam rangka ulang tahun I home, serentak sales yang ada dalam stand mereka pada heboh dan menyelamatkan saya karena hadiahnya adalah sebuah unit mobil dan mengatakan kesempatan untuk memenangkan hadiahnya ini sangat besar sambil menulis di sebuah kertas, sales senior mengatakan kalau mempunyai 90% kemungkinan saya bisa dapat mobil atau paling tidak dapat motor dan sales ini mengatakan sayang sekali kalau saya melewatkan ini apalagi katanya saya yang pertama saja

mendapatkan kesempatan undian ini(pastinya saya tertarik). Namun katanya untuk mengikuti undian ini maka saya harus membeli salah satu barang produk I home karena saya sudah mendapat undian maka saya berhak mendapatkan discount pemotongan harga sebuah home theater yang berharga 15 juta hanya akan dijual seharga 8 juta buat saya, saya mengatakan saya tidak bisa untuk membeli dengan harga sebanyak itu, lagipula saya belum berpenghasilan. Katanya bu, itu tidak apa-apa silahkan bayar saja uang DP dulu yang penting namanya bisa ikut terdaftar untuk mewakili Makassar mengikuti undian ini ,dan saya yang pertama dan mewakili Makassar, cara kerja mereka cepat, memecah konsentrasi, membesarkan volume home theater saat semua calon mangsa masuk, kemudian saa ditanya punya kartu kredit atau ATM yang berlogo master VISA, “boleh saya lihat dulu? Katanya” saya pun mencari dalam dompet “kan Cuma untuk dilihat?”berlogo master visa. Terus ditanya berapa limit atm yang ada didalamnya. Yang saya bilang cuma 300.000 ribuan, kemudian sales itu membawa atm saya dan menggeseknya, pada saat itu saya mulai berpikir sepertinya ada yang aneh, tapi kerja mereka cepat, suasana dibuat gaduh sama mereka, ucapan selamatlah, suara musik yang dibesarkan, hingga saya merasa seperti dihipnotis, dan melakukan semua instuksi yang mereka katakan adengan iming-iming hadiah mobil itu dan saya mulai tersadar apa yang pernah dikatakan oleh teman saya bahwa Inextron itu penipu setelah saya tersadar saya segera meminta agar uang saya dikembalikan. Setelah ini

saya sudah mem BLACK LIST inextron jika ada yang melewati counter mereka maka hati-hatilah, ini bisa saja trik yang mereka gunakan untuk menjerat dan membeli barang-barang mereka secara terpaksa. Bukan karena dipaksa secara pernyataan tapi anda akan dimanipulasi dengan hadiah-hadiah yang mereka sebutkan.

2)Wawancara dengan Ibu Lanny (Ibu Rumah Tangga) pada tanggal 8Maret 2013

Pada waktu itu, saya habis berbelanja di Matahari, dia bilang saya berhak mendapatkan souvenir. Saya pikir ada promo dari Matahari. Akhirnya sampailah saya di salah satu kios dengan nama Inextron. Saya disuruh mengisi nama, nomor KTP dan telepon. Setelah itu, salah satu orang masuk ke dalam ruangan yang katanya untuk mendapatkan nomor undian. Setelah menunggu selama kurang lebih 15 menit (Saya diajak ngobrol banyak), akhirnya orang itu keluar dan berkata bahwa saya mendapat nomor 18 yang di mana kalau nomor di bawah 30, saya berhak mendapat kesempatan untuk mengambil undian. Akhirnya saya mengambil salah satu undian dan mendapatkan parcel golden. Para marketing di sana sudah pada heboh katanya saya menang hadiah di atas Blackberry Bold. Salah satu dari mereka masuk kembali ke dalam ruangan dan keluar mengeluarkan telepon. Katanya dari pihak sponsor mau berbicara langsung dengan pemenang. Setelah itu saya disuruh menunggu fax sekira 2 menit. Lalu keluarlah salah satu dari mereka

dengan fax di tangan. Hebatnya, kata mereka saya memenangkan sebuah kompor listrik seharga Rp14.990.000. Selain itu mereka bilang kalau saya bisa menunjukkan kepemilikan visa/mastercard, saya akan dapat hadiah promo lagi. Saya tunjukkan, mereka mau ambil tapi saya tidak kasih. Saya bilang kan cuma mau lihat logonya. Setelah itu mereka tanya berapa limitnya dan menjelaskan kalau di bawah Rp5 juta, hadiah yang dikasih hanya seharga Rp1 jutaan. Karena limit saya di atas Rp5 juta, mereka memberikan hadiah alat pengukus. Hadiah sudah mereka taruh di depan saya. Tak habis cara mereka, kata mereka saya pun berhak untuk mengikuti undian 1 unit mobil livina dan itu pun hanya diundi untuk 10 orang. Wow keren... Dan akhirnya dimulailah penipuan. Mereka bilang saya harus mempunyai dua buah barang promosi. Karena saya sudah punya 1 (kompor listrik), maka saya harus menambah 1 lagi dengan range harga sekitar Rp9 jutaan. Dan akhirnya saya yang dari tadi sudah cukup kesal karena dibuat menunggu saya jadi marah. Saya bilang mereka penipu. Akhirnya katanya ada telepon dari Bapak Purnama. Pertama-tama Beliau berbicara baik sekali. Akhirnya saya bilang saya merasa ditipu dan ini membuang waktu saya kemudian dengan entengnya Bapak Purnama bilang, oh ini juga membuang waktu saya ibu sampai-sampai ada salah satu marketing membentak saya bilang ini bukan penipuan. Saya langsung bentak balik, saya bilang ini penipuan dan di kertas ini tidak ada tulisan mengharuskan untuk membeli. Yah tapi yah penipu tetap penipu, mereka tetap memegang pendapat mereka. Akhirnya

saya keluar dan saya melihat ada satu orang lagi yang sedang ditipu sama mereka. Hati-hatilah terhadap kartu kredit Anda.

Pihak Yayasan Lembaga Konsumen Sulawesi Selatan (YLKSS) yang diwakili oleh Pak Ambo (wawancara dengan koordinator YLK Sul-Sel pada tanggal 5 Maret 2013) menambahkan bahwa konsumen harus aktif mengadukan masalah seperti ini ke yayasan lembaga konsumen karena yayasan lembaga konsumen tidak bisa memantau semua pelaku usaha yang menjalankan praktik seperti ini sampai sekarang belum ada satupun konsumen yang mengadukan kejadian ini. Berdasarkan hasil kuesioner juga membuktikan, belum ada responden yang melaporkan kejadian ini kepada Yayasan Lembaga Konsumen yang ada di kota Makassar, seperti yang terlihat sebagai berikut :

Tabel 9

Tindakan konsumen kepada Yayasan Lembaga Konsumen di Kota Makassar

No	Tindakan konsumen kepada YLK	Jumlah	Keterangan
1	Lapor	-	
2	Tidak Lapor	15	-hanya menuntut ganti rugi :10 -tidak ada komentar:5
	Total	15	

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2013

Menurut Pak Ambo, pihak Yayasan Lembaga Konsumen Sulawesi Selatan (YLKSS) (wawancara dengan koordinator YLK Sul-Sel pada tanggal 5 Maret 2013) menyarankan agar konsumen yang merasa dirugikan atas penyalahgunaan undian berhadiah melapor atau mengadukan ke pihak Yayasan Lembaga Konsumen supaya pihak YLK bisa menyampaikan atau memberitakan di media massa, berupa kolom-kolom yang dipasang di koran sehingga konsumen yang dirugikan tidak bertambah banyak.

Begitupun yang diungkapkan oleh pihak Dinas Sosial yang diwakili oleh Ibu Ertifa, S.H,M.H (wawancara dengan Kasubag Dinas Sosial Prov Sul-Sel pada tanggal 5 Maret 2013), bahwa jika konsumen merasa dirugikan, ia bisa mengajukan gugatan ke dinas sosial disertai dengan barang bukti dan pihak dinas sosial akan segera melakukan tindakan dapat berupa :diberi peringatan dan juga dapat berupa di black list

Hal seperti itupun juga diungkapkan oleh pihak Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang diwakili oleh Bapak Qamaluddin Kepala Bagian Perlinko (Perlindungan Konsumen), (wawancara dengan pihak BPSK pada tanggal 8 Maret 2013) bahwa jika konsumen merasa dirugikan, ia bisa mengajukan gugatan bagi pelaku usaha disertai dengan barang bukti yang menjadi dasar gugatan untuk dibawa ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Selanjutnya terhadap formulir pengaduan penyelesaian sengketa konsumen itu dilakukan penelitian

kelengkapan formulir pengaduan dan bukti-bukti pendukung. Data pengaduan yang diterima secara benar dan lengkap diagendakan melalui sekretariat dalam hal ini panitera membuat surat penetapan majelis BPSK dan panitera. Selanjutnya, Ketua BPSK menetapkan jadwal sidang dan memanggil pemohon dan termohon dalam hal ini konsumen dan pelaku usaha untuk persidangan lebih lanjut.

Dari pengawasannya terhadap pelaku usaha, Bapak Qamaluddin (wawancara dengan pihak BPSK pada tanggal 8 Maret 2013) juga menambahkan, pengawasan rutin dilakukan setiap bulan sekali pada minggu kedua.

BAB V

PENUTUP

A.Kesimpulan

1. Peran Dinas Sosial Propinsi Sulawesi Selatan terhadap penyebaran undian berhadiah dapat berupa pengawasan dan juga pemantauan. Pengawasan Dinas Sosial Propinsi Sulawesi Selatan dalam bentuk mengawasi proses pengundian. Sebelum proses pengundian biasanya dilakukan proses penyegelan terhadap wadah pengundian. Penyegelan dilakukan dengan tujuan untuk melindungi konsumen dari tindakan pelaku usaha yang tidak beritikad tidak baik sedangkan pemantauan yang dilakukan oleh Dinas Sosial Propinsi Sulawesi Selatan terhadap penyebaran undian berhadiah dalam bentuk memantau terhadap penyebaran undian berhadiah
2. Bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terhadap penyalahgunaan undian berhadiah oleh pelaku usaha elektronik pada pusat perbelanjaan dapat dilihat dari tanggung jawab para pihak yang terkait yaitu Dinas Sosial Propinsi Sulawesi Selatan menghimbau kepada para pelaku usaha dalam menyelenggarakan undian berhadiah harus mengikuti prosedur yang ditetapkan oleh pelaku usaha sedangkan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan Yayasan Lembaga

Konsumen (YLK) Sulawesi Selatan memberikan perlindungan kepada konsumen berupa menerima pengaduan terhadap penyalahgunaan undian berhadiah.

B.Saran

1. Pemerintah dan Dinas Sosial Propinsi Sulawesi Selatan harus meningkatkan kerjasama dalam melakukan upaya perlindungan terhadap konsumen. Instansi yang terkait dalam hal ini pihak Dinas Sosial harus lebih giat melaksanakan pembinaan terhadap konsumen dan pelaku usaha, baik itu melalui sosialisasi aktif secara langsung kepada konsumen dan pelaku usaha maupun melalui media cetak dan media elektronik tentang bagaimana menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen dan pelaku usaha serta meningkatkan kesadaran konsumen dan pelaku usaha dalam melaksanakan kewajibannya.
2. Pemerintah dan Yayasan Lembaga Konsumen Sulawesi Selatan (YLKSS) agar lebih bersungguh-sungguh dalam melakukan pengawasan terhadap pelaku usaha elektronik yang menyelenggarakan undian berhadiah. Mengingat banyaknya undian berhadiah yang disalahgunakan
3. Pelaku usaha, seharusnya tidak menyalahgunakan undian untuk menarik konsumen sehingga hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha dapat terpenuhi.
4. Konsumen, sebaiknya berhati-hati dalam melakukan transaksi terhadap undian berhadiah dan terlebih dahulu mencari tahu ada tidaknya ijin dari dinas sosial dan tidak hanya mementingkan kepuasan semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, 2004. *Hukum perlindungan konsumen*. Jakarta : Raja Grafindo.
- Az. Nasution. 2007. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta : Diadit Media.
- Gunawan Wijaya & Ahmad Yani. 2003. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Celina Tri Kristiyanti. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang : Sinar Grafika.
- N.H.T. Siahaan. 2005. *Hukum Konsumen : Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk*. Jakarta:Pantai Rei.
- Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta:Grasindo.
- Sudikno Mertokusumo. 1986. *Mengenal Hukum*. Yogyakarta : Liberty.
- K. Susilo. Zumrotin. 1996. *Penyambung Lidah Konsumen*. Jakarta : Puspa Swara.
- Setiawan, R. 1999. *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Jakarta :Putra. A. Bardin.
- Umi Chulsum & Windy Novia. 2006. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Grafindo.
- Janus Sidabalok. 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Citra Aditya Bakti : Bandung.
- Happy Susanto. 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Visi Media : Jakarta.
- Yusuf Shofie. 2002. *Pelaku Usaha, Konsumen, Perlindungan Konsumen dan Korporasi*. Ghalia Indonesia : Jakarta.
- _____. 2008. *Kapita Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Citra Aditya Bakti : Bandung.
- Salim H.S. 2009. *Hukum Kontrak Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*. Sinar Grafika : Jakarta.
- R. Soeroso. 2010. *Perjanjian di Bawah Tangan*. Sinar Grafika : Jakarta.
- Ahmadi Miru. 2012. *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*. Rajawali Pers : Jakarta.
- Prof. Subekti. 1979. *Hukum Perjanjian*. PT. Intermasa : Jakarta

Sumber Lain :

<http://www.pengertianpenipuan.com>. Diakses Tanggal 26 February 2012 Pukul 19.00 WITA.

<http://www.istilahundian.com>. Diakses Tanggal 26 February 2012 Pukul 20.00 WITA.

<http://www.asalkataelektronik.com>. Diakses Tanggal 26 February 2012 Pukul 21.00 WITA.

<http://www.asalkataelektronik.com>. Diakses Tanggal 26 February 2012 Pukul 21.00 WITA.

<http://www.macam-macamundianberhadiah.com>. Diakses Tanggal 26 February 2012 Pukul 21.00 WITA.

<http://www.ekonomi.kompasiana.com/marketing>. Diakses Tanggal 19 Maret 2013 Pukul 19.00 WITA.

<http://www.id.wikipedia.org>. Diakses Tanggal 19 Maret 2013 Pukul 20.00 WITA.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kitab Undang-undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*).